Search

КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С MYTARGET

ЮРИДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

СОЗДАНИЕ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

СЕГМЕНТЫ

- Сегменты аудиторий
- Статусы охвата сегментов аудиторий
- Look-Alike
- Источник данных: Список пользователей
- Источник данных: Контекстный таргетинг
- Источник данных: События в приложениях
- Источник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
- Источник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
- Источник данных: Приложения и игры в соцсетях
- Источник данных: Категории приложений (Android)
- Источник данных: Группы OK и VK
- Источник данных: Локальный таргетинг
- Источник данных: Продуктовый фид
- Источник данных: Рекламные кампании
- Поделиться сегментами
- Почему не отображается число в прогнозаторе
- Таргетинг по сегментам DMP
- Портреты аудиторий

ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

МОДЕРАЦИЯ

ОПЛАТА И БАЛАНС

АУКЦИОН

СТАТИСТИКА

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

НАСТРОЙКА ТРЕКИНГ-ССЫЛОК

ИНТЕГРАЦИЯ С МОБИЛЬНЫМИ ТРЕКЕРАМИ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

API

Сегменты аудиторий

к пользоваться сегментами
к создать кампанию на свою аудиторию
к добавить источник данных
к создать новый сегмент
к настроить сегмент
к использовать сегмент в кампании

менты — это конструктор для создания собственного списка потенциальных ребителей. Например, вы можете настроить рекламу только на ьзователей, которые уже что-то покупали в вашем магазине, скачивали ваше ложение или состоят в тематических группах в соцсетях. Для этого давайте новые аудиторные сегменты и таргетируйте рекламу на ьзователей, которые в них попадают.

иторные целевые сегменты создаются на основании подбираемых очников: списков ваших клиентов, участников групп в соцсетях, данных гчиков Top.Mail.Ru и т.д. Источники можно комбинировать по разным нципам и видам:

ложения сегментов — «ИЛИ»,
ересечения сегментов — «И»,
грицания условий — «НЕ»,
ндивидуально настроенному правилу — «Пользователи состоят в N из M удиторий». Например, для рекламы авто в качестве источника данных можно обавить 10 групп из соцсети с тематикой «Куплю авто», а сегмент аудитории формировать из пользователей, состоящих хотя бы в пяти из этих групп.

атите внимание, что сегменты myTarget являются кроссдевайсными. То система определяет одного пользователя в десктопном браузере и на ильном девайсе.

и у одного браузера или мобильного девайса два пользователя, могут исходить коллизии. Например, если вы создали кампанию для сегментации казы в кампании только для женщин», в ней могут происходить показы чинам и пользователям с неуказанным полом.

КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С MYTARGET

ЮРИДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

СОЗДАНИЕ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

СЕГМЕНТЫ

- Сегменты аудиторий
- Статусы охвата сегментов аудиторий
- Look-Alike
- Источник данных: Список пользователей
- Источник данных: Контекстный таргетинг
- Источник данных: События в приложениях
- Источник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
- Источник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
- Источник данных: Приложения и игры в соцсетях
- Источник данных: Категории приложений (Android)
- Источник данных: Группы ОК и VK
- Источник данных: Локальный таргетинг
- Источник данных: Продуктовый фид
- Источник данных: Рекламные кампании
- Поделиться сегментами
- Почему не отображается число в прогнозаторе
- Таргетинг по сегментам DMP
- Портреты аудиторий

ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

МОДЕРАЦИЯ

ОПЛАТА И БАЛАНС

АУКЦИОН

СТАТИСТИКА

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

НАСТРОЙКА ТРЕКИНГ-ССЫЛОК

ИНТЕГРАЦИЯ С МОБИЛЬНЫМИ ТРЕКЕРАМИ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

API

бы избежать этого, дополнительно укажите таргетинг по полу в основных
гройках кампании.

к пользоваться сегментами

бы запустить рекламную кампанию, таргетированную на аудиторный целевой
лент:

обавьте источники данных.
оздайте новый сегмент.
астройте рекламную кампанию.

к создать кампанию на свою аудиторию

и у вас есть собственная аудитория, например, список с контактами ваших
ентов, вы можете использовать его в кампании и таргетировать рекламу
ько на свою аудиторию. Для этого:
оздайте файл со списком пользователей,
агрузите список в myTarget,
оздайте сегмент на основании этого списка (см. ниже),
оздайте рекламную кампанию и добавьте в неё созданный сегмент (блок
Кому» → «Сегменты»).

можете поделиться своими сегментами с другими рекламодателями.
робнее об этом

к добавить источник данных

ед тем как формировать сегмент аудитории, добавьте источники данных. На
адке «Аудитории» в разделе «Источники данных» выберите нужный и
авьте данные:

сточник данных: Список пользователей
сточник данных: Контекстный таргетинг
сточник данных: События в приложениях
сточник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
сточник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
сточник данных: Приложения и игры в соцсетях
сточник данных: Категории приложений (Android)

сточник данных: Группы OK и VK
сточник данных: Локальный таргетинг
сточник данных: Продуктовый фид
сточник данных: Рекламные кампании

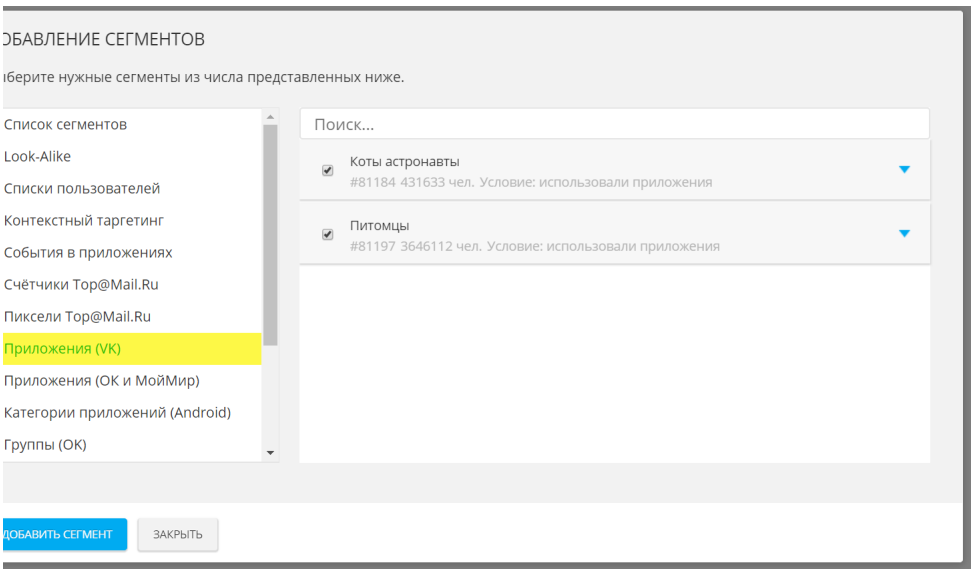
ме этого вы можете создать Look-Alike — аудиторию, которая по многим
аметрам похожа на ваших пользователей. Подробнее

к создать новый сегмент

бы создать новый сегмент, откройте вкладку «Аудитории» ➜ «Список
ентов» и нажмите «Создать сегмент».

мите «Добавить аудиторные сегменты»: в списке будут те сегменты и
очники данных, которые вы добавили раньше. Вы можете создавать новые
енты на основании уже созданных.

ерите один или несколько источников, настройте опции и нажмите «Добавить
ент».



Выбор источников для формирования сегмента

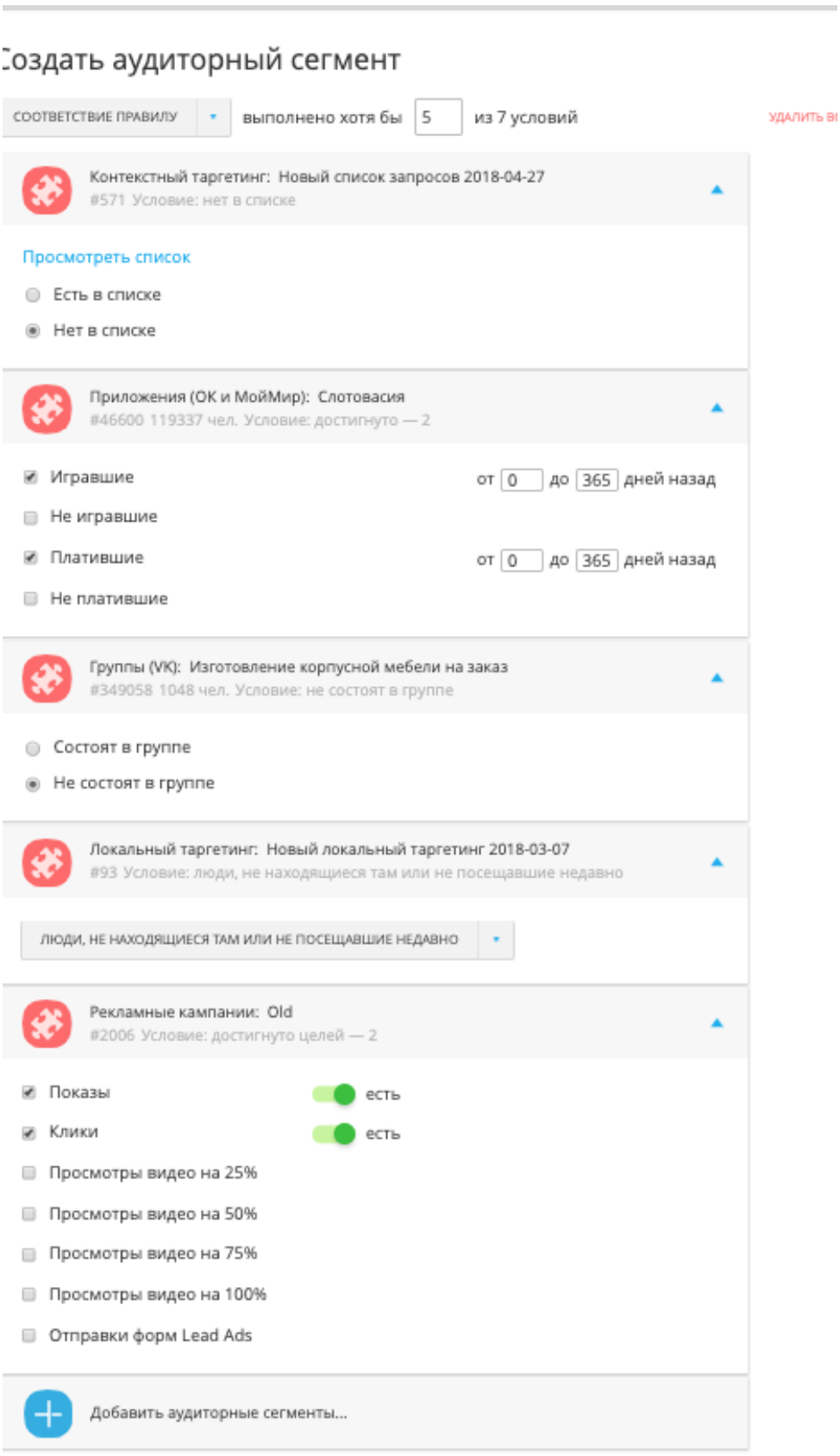
к настроить сегмент

ерите условия для создания сегмента:

ожение сегментов (ИЛИ) — рекламу увидят пользователи, которые попадают
отя бы в один сегмент;

ересечение сегментов (И) — рекламу увидят пользователи, которые попадают
о все сегменты;
грицание условий (НЕ) — пользователи из этих сегментов не увидят рекламу;
астроенное правило (Пользователи состоят в N из M аудиторий) — например,
ля рекламы авто в качестве источника данных можно добавить 10 групп из
оцсети с тематикой «Куплю авто», а сегмент аудитории сформировать из
ользователей, состоящих хотя бы в пяти из этих групп.

атите внимание, что вы можете выбрать сразу несколько условий — это
бно, если вы хотите использовать сложные тематические настройки.



ример сложных настроек аудиторного сегмента: реклама будет показана только тем пользователям, которые выполняют 5 или больше условий

ıпанию, чтобы не показывать рекламу тем, кто её уже видел

ıом вы создали кампанию (Кампания 1), которая удачно отработала, и теперь хотите запустить ампания 2), но исключить из показа тех, кто уже видел вашу рекламу.

льзователей, которые видели рекламу из Кампании 1, в один сегмент. Для этого откройте ории» → «Рекламные кампании» и создайте новый Список кампаний. Добавьте в него Кампанию

орный сегмент для Кампании 2. Откройте вкладку «Аудитории» → «Список сегментов» и егмент. В настройках выберите «Рекламные кампании», найдите Список кампаний, который вы пом шаге. Отметьте «Показы» и выберите «Нет».
ию 2. В разделе «Детальная настройка кампании» выберите созданный Аудиторный сегмент. гели, которые видели Кампанию 1, не будут видеть Кампанию 2.

ле этого нажмите «Создать сегмент». Новый сегмент появится в «Списке ентов».

Список добавленных сегментов

иске отображаются:
сегмента
мя сегмента
хват сегмента за календарную неделю. Этот показатель доступен для онтекстного таргетинга, счетчика Top.Mail.Ru и их комбинаций в сегменте.
татусы загрузки сегментов
ıисло кампаний, в которых используется сегмент
ıаделец: «свой» — сегменты, которые вы создали самостоятельно, сторонний владелец» — сегменты, которыми сторонние владельцы оделились с вами
ата создания сегмента

ıожете упорядочить список по значениям в любом столбце.

Search

КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С MYTARGET

ЮРИДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

СОЗДАНИЕ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

СЕГМЕНТЫ

- Сегменты аудиторий
- Статусы охвата сегментов аудиторий
- Look-Alike
- Источник данных: Список пользователей
- Источник данных: Контекстный таргетинг
- Источник данных: События в приложениях
- Источник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
- Источник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
- Источник данных: Приложения и игры в соцсетях
- Источник данных: Категории приложений (Android)
- Источник данных: Группы OK и VK
- Источник данных: Локальный таргетинг
- Источник данных: Продуктовый фид
- Источник данных: Рекламные кампании
- Поделиться сегментами
- Почему не отображается число в прогнозаторе
- Таргетинг по сегментам DMP
- Портреты аудиторий

ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

МОДЕРАЦИЯ

ОПЛАТА И БАЛАНС

АУКЦИОН

СТАТИСТИКА

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

НАСТРОЙКА ТРЕКИНГ-ССЫЛОК

ИНТЕГРАЦИЯ С МОБИЛЬНЫМИ ТРЕКЕРАМИ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

API

к использовать сегмент в кампании

ле того как вы создали и настроили целевой сегмент, перейдите к настройке ламной кампании. При создании кампании в разделе «Сегменты» отметьте ный сегмент.

нных: Список ей — Помощь елям по работе

оить рекламу так, только клиенты, тактировали с . Для этого создайте

Источник данных: Рекламные кампании — Помощь рекламодателям

Вы можете настроить рекламу так, чтобы ее видели только пользователи, которые раньше кликали или просматривали рекламу

Источник данных: Контекстный таргетинг — Помощь рекламодателям

Как создать источник на основе списка контекстных фраз и использовать историю поисковых запросов как источник данных для